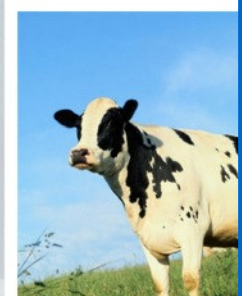
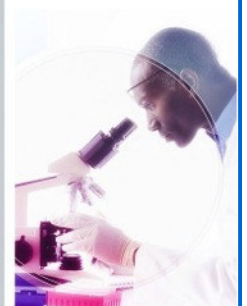
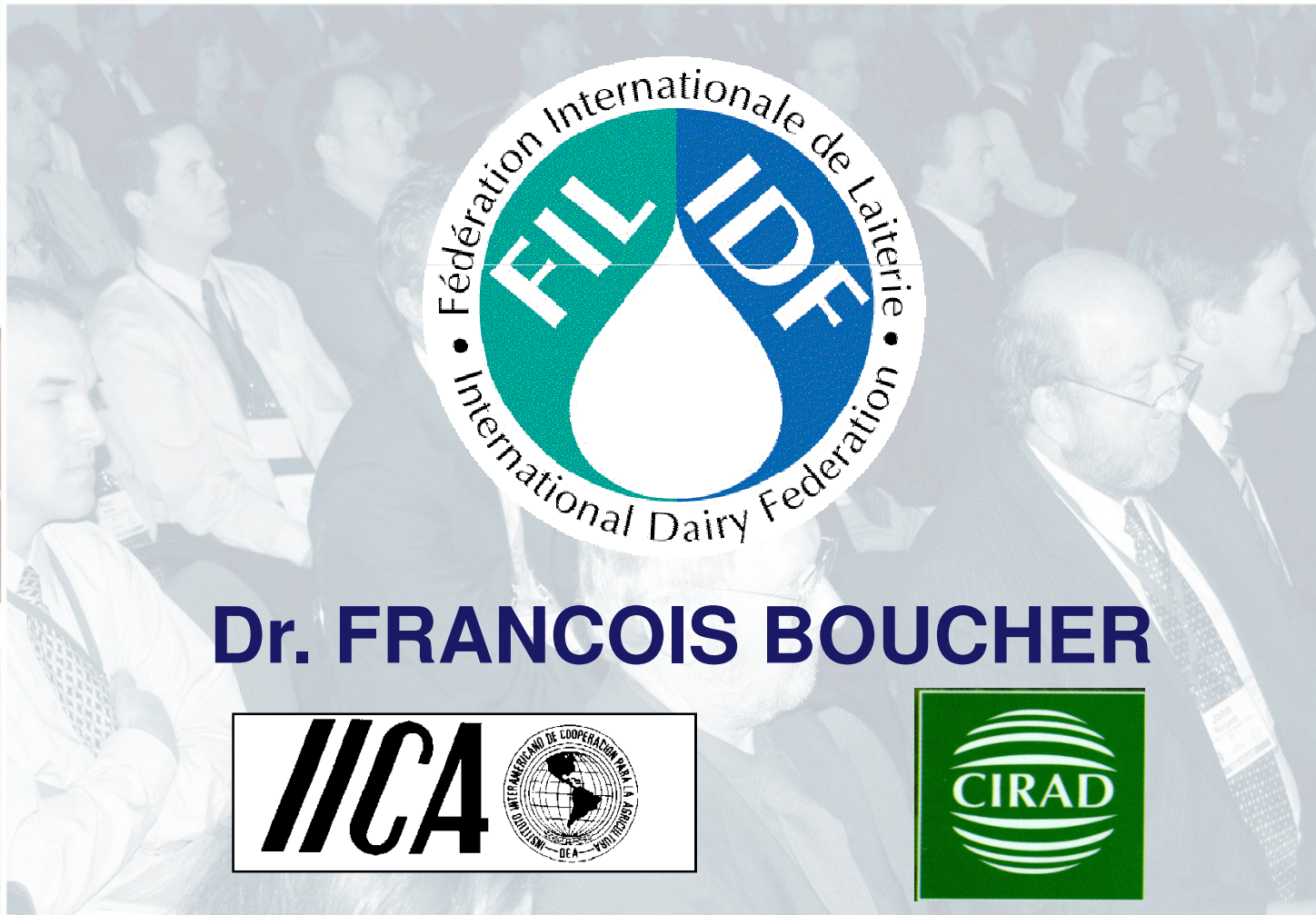


LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN, VÍA DE DESARROLLO PARA LOS PRODUCTORES DE LECHE

*Denomination of Origin as a development instrument
for dairy producers*



Dr. FRANCOIS BOUCHER



CONTENIDO

- INTRODUCCION
- MARCO REFERENCIAL
- SITUACION MEXICO
- CASO: EL QUESO COTIJA DE MEXICO
- CONCLUSIONES

COMO VALORIZAR UN PRODUCTO?

Diferenciándolo y valorizando sus especificidades:

- Origen territorial y tipicidad
- Saber-hacer tradicional y único
- Calidad de las materias primas
- Respeto al medio ambiente
- Respeto a criterios sociales
- Grupos organizados de productores

COMO VALORIZAR UN PRODUCTO?

Prestigio, renombre, fama,
reputación, tradición, cultura del
lugar donde se produce y de quien lo
produce

Activos intangibles

Ventajas competitivas

Nichos de mercado

Reconocidos como formas
de propiedad intelectual
Marcas, DO/IG

Legislaciones
nacionales

Ronda de Doha
TRIPS / ADPIC

LA CALIDAD MAS ALLA DE LA GARANTIA DE INOCUIDAD

CONSUMIDOR

COMPRA CUANDO
TIENE CONFIANZA Y/O
SIMPATIA EN EL
PRODUCTO, LA
MARCA, LA EMPRESA Y
EL PAIS

SEÑAL

- ETIQUETA
- MARCA
- SELLO
- CERTIFICACION

PROVEEDOR

VISUALIZA LA
CALIDAD COMO
ELEMENTO DE
DIFERENCIACION
EN LOS
MERCADOS

CALIDAD:

Es **INOCUIDAD**.....

..... pero es *salud, seguridad, sostenibilidad (medio ambiente),
satisfacción, simbología, servicio*

MARCAS COLECTIVAS

- *Es aquel signo visible que distingue en el mercado los*
- *productos y servicios de las asociaciones, sociedades de productores, fabricantes,*
- *comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, respecto de los*
- *productos o servicios de terceros. (IMPI 2007 - Guía del usuario de signos distintivos p. 42)*



SELLOS DE CALIDAD: IDENTIDAD TERRITORIAL



- Se otorgan a ciertos productos alimenticios y no alimenticios que tienen características de originalidad y autenticidad ligadas a circunstancias sociales, culturales, y de disponibilidad local de los recursos naturales.

Más conocidos: INDICACIÓN GEOGRÁFICA ,
DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

SELLOS DE CALIDAD: IDENTIDAD TERRITORIAL

- **INDICACIONES GEOGRAFICAS -IG-** identificación de un producto originado en un país miembro, región o localidad en dicho territorio, donde la calidad, reputación u otra característica del producto es esencialmente atribuible a su origen geográfico (ADPIC/TRIPS artículo 22)
- **DENOMINACION DE ORIGEN -DO-** la denominación geográfica de un país, una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (artículo 2 del Arreglo de Lisboa)



¿ QUE SEÑALA UNA INDICACIÓN GEOGRÁFICA ?

- Un **producto diferenciado**:
 - con una calidad relacionada con una determinada región, con fama ya establecida.
- Una **organización de productores** (y procesadores), quienes trabajan en una área delimitada, y adoptan algunas reglas obligatorias, con el afán de mantener esta calidad distintiva.
- Un **derecho colectivo** de uso del nombre de una región para este producto.
- Un **derecho de propiedad intelectual específico y distintivo** reconocido en 150 países (acuerdo TRIPS/ADPIC de la OMC)



CONDICIONES PARA INDICACIONES GEOGRAFICAS:



IG: PASAPORTE PARA EL MERCADO



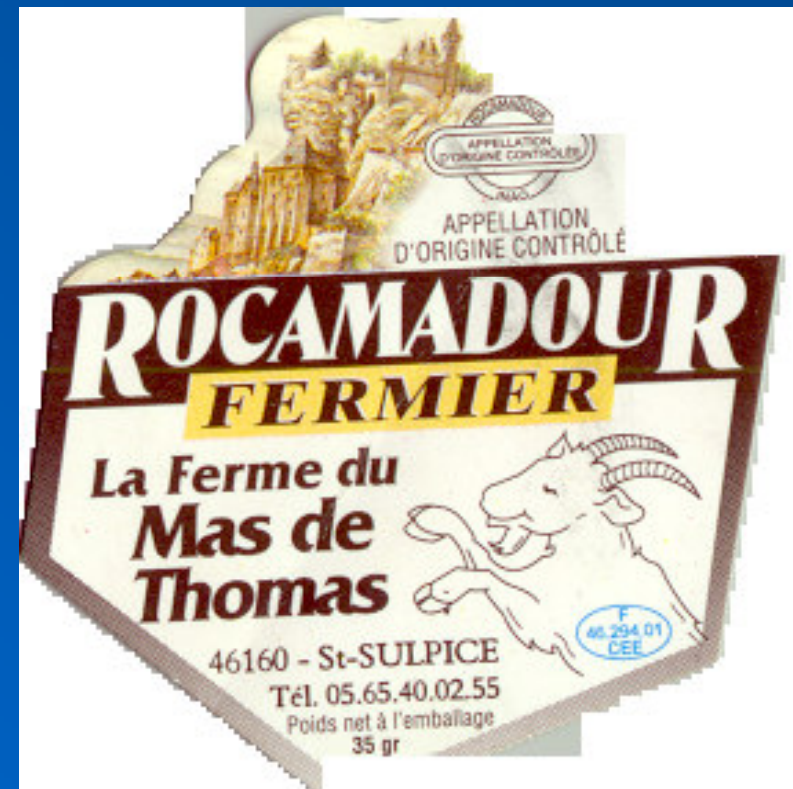
IG: ¿COMO?

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA

- Marco jurídico
- Un enfoque preciso basado en decisiones colectivas
- Un compromiso tomado por los actores económicos (productores y compradores)
- Definición de los requisitos obligatorios para caracterizar el producto “Las reglas de uso”
- IG aprobadas y acompañadas por autoridades



ETIQUETAS



CASO MEXICO

- México ratifica el Arreglo de Lisboa sobre protección de las DO en 1966
 - DO utilizada en México desde 1974 con caso tequila y 11 casos más.
 - Ley de Propiedad Industrial (rige DO) promulgada en 1994
 - IMPI otorga D.O., marcas, marcas colectiva pero con un papel limitado.
 - ¿Se aplican las normas oficiales mexicanas (NOM)?
 - El Consejo Regulador encargado de verificar el cumplimiento de una DO y certifica los productores
 - Dificultades con puesta en marcha de las D.O., con los consejos reguladores (Ej. Tequila, Café Chiapas, Mango Ataulfo)
- ¿Come proteger un producto tradicional?





QUESO



COTIJA

El queso Cotija de México: De la Marca Colectiva a una Denominación de Origen

- Queso tradicional con raíces territoriales en Cotija, ciudad comercial.
- Sierra Jalmich, región productora: muy aislada, 2,400km² y 6 habitantes /km²
- Vinculado a cultura ranchera
- Queso de leche cruda de vaca / Pasta prensada no cocida / madurado mínimo 3 meses,
- Forma cilíndrica (40 cm – 18 cm) de 20 a 22Kg (200 l de leche)
- Queso cotizado: entre 60 y 100 pesos el Kg (10 US\$)
- 200 productores, 92 asociados, en promedio 1T por familia

Mercado local y migrantes



El queso Cotija de México: De la Marca Colectiva a una Denominación de Origen

- Proceso de calificación del queso Cotija desde 1999.
- 2 razones: protección comercial frente al queso tipo Cotija y elemento motor del desarrollo de la Sierra Jalmich.
- Marca colectiva “Queso Cotija región de origen”



Tipo Cotija

Tradicional

Industrial

Confrontar la tradición con la normatividad

- El queso Cotija, producto “informal”: una lógica propia de producción
- El uso de un signo oficial de calidad implica su confrontación con la normatividad oficial
- Complementariedad parcial de las dos visiones
- Pero mucha incompatibilidad y obstáculos

Activación del Queso Cotija

Recursos específicos

- Leche de altura
- Queso tradicional
- Saber hacer
- Cultura ranchera
- Sierra belleza natural

Investigadores
Proyecto Calidad

*1^{ra} fase
de activación*

Activos -> Recursos

- Asociación ARPQC
- Feria del Queso
- Marca Colectiva
- Mercado migrantes



- Apertura de mercado
- Fortalecer Asociación
- Puesta en marcha
Marca Colectiva
- Proyecto de DOC

Investigadores
y
Asociación

*2^{da} fase
de activación*

DEBATE Y LECCIONES DEL CASO COTIJA

- IMPI otorga marca colectiva y no DO.
- Debate alrededor si Cotija tiene carácter genérico o no.
- Caso instructivo sobre la complejidad del marco legal e institucional mexicano respecto a DO/IG.
- Marco legal e institucional de las DO indefinido e incompleto.
- Ausencia de un objetivo claro y explícito sobre DO/IG.
- Ambigüedad sobre el uso de una MC para proteger una IG.

¿Las marcas colectivas pueden sustituir a las DO/IG?



CONCLUSIONES

- Diferencias entre el uso de los instrumentos: en U.E. favorable I.G.; EUA favorables a las marcas
- En los países en desarrollo ausencia de una política de D.O./I.G.
- Debate sobre bienes públicos y bienes privados, regulación pública y regulación privada.
- Surgimiento y proliferación de signos distintivos.
- Procesos de calificación como modo de activación del territorio.
- DO/IG y MC pueden ser herramientas de desarrollo si están asociadas a políticas teniendo este mismo propósito.
- Al fin y al cabo decide el consumidor “informado”!



Muchas gracias
fymboucher@yahoo.com



***El autor agradece el apoyo brindado por Ina Salas, Thomas Pomeon,
Hernando Riveros y Denis Sautier.***